

地酒づくりにもみる 地域資源の循環

豊かな自然が生み出す恵み

日増しに寒さが厳しくなる折、日本酒がおいしく感じる季節となりました。南部杜氏の里・岩手県にも数多くの酒蔵がありますが、日本酒づくりは、毎年収穫されるおいしい米や水があつてこそ成り立つもの。地場産業の中でも、古くから農業と深い関わりを持つてきました。

今回は、盛岡を代表するものづくり産業である地酒づくりの現場から、守り・受け継ぎ・育てる地域ブランドのあり方について探ってみます。



一般の人が、田植え、収穫、仕込みを体験できる「盛岡おいしい地酒づくり」を市と連携して実施。

地酒II地域ブランドの先駆け

今、地方企業の活性化策の一つとして注目される「農工商連携」。実は、既に周知されている「地産地消」「地域ブランド」

などの取り組みにも深く関わってこるものです。そもそも日本各地で昔からつくられる地酒は、地域ブランドの先駆けともいえる存在。地酒づくりは、農業や土地の自然環境と強く連携しながら、今に続いてきたのです。

盛岡市大慈寺町にある(株)あさ開は、明治4年の創業以来、岩手を代表する地酒として愛され、南部杜氏の手によってその味わいが受け継がれてきました。年々日本酒の消費量が減少傾向にある中、同社では、酒づくりに対する視点を変えることが一



「地域が生き残るには、いろんな商売が1次産業と共存していくことが、大切では」と村井社長。

県産の食味米「いわてっこ」を蒸したところ

つこの転機となったそうです。代表取締役社長・村井良隆さんは、こう振り返ります。

「昭和48年をピークに、日本酒の消費量は減少傾向にあります。消費が急激に減った10年ほど前にどうすべきか考える中、日本酒にはさまざまな効用があることに気がついたんです。その後、社員とともにつくった新たな経営理念が『すべてのお客様の食の場における、喜び、楽しみ、くつろぎに貢献すること』。以降、お酒を売る会社から、お酒を飲むことで生まれる

農の価値を 工と商が伝える

その後、同社は岩手の食材の価値を再認識し、それを伝えるための展開としてレストランや物産店などをオープン、酒+αの流れが生まれ、企業価値の向上、商品価値の向上につながっていききました。

「1次産業こそ岩手の守るべき価値であり、それがなくて岩手は成り立たない。ただ、1次産業に携わる人たちは、直接お客様と接するポジションにいないんですね。農と消費者の間



観光客が多数訪れる地酒物産館には、自社の酒をはじめ県産品も多数。消費者との接点である同店は、農工の価値を直接伝える場でもあります。



に在る、私たち工や商が、確実にその価値を消費者に伝えていくことが大事だと思っています。それが農業を守ることであり、それが結果的に地域の未来につながるはずでは」と村井社長。

同社の場合、ニューヨークなど国外にも販売展開をしていますが、そこで重要になってくるのが、地域特色なのどうか。その一例を、村井社長はこう話します。

「遠く海外に行くほど聞かれるのは、その酒ができた場所や地域の環境、その背景など。遠くに行くほど、自分たちの商品の持つアイデンティティを大切にする必要を強く感じます。その違いは農業にこそ顕著に現れる」。

全国に知られた南部杜氏の技術と志、地場産の米、そして城下町盛岡の時代からこんこんと湧きあがる名水「大慈清水」を活かして、酒づくりを続けている同社。食の場を楽しむ一品として提供するお酒の対価として消費者からいただく利益で、また地元の米を仕入れる。それは結果として、地域資源の循環につながっているのです。

「この地域資源の循環こそが、農商工連携の本当の意味ではないか」と村井社長は言葉を強めます。



「私たちの立場は、産学官や農商工それぞれを結ぶ仲介役」と中山研究員。

産学官での酒づくり支援

従来、岩手県では吟醸酒に適したオリジナルの酒造好適米を頼らず、原料を他県の酒米に頼っていました。しかし平成2年以降、岩手県、岩手県酒造組合、そして岩手県工業技術センターが協力し、県内初のオリジナル酒造好適米開発に取り組みはじめ、平成9年には初のオリジナル酒造好適米『吟ぎんが』が誕生、それに続き『ぎんおとめ』も開発されました。また同様に、より美味しい酒づくりに欠かせない酵母についても、岩手県各酒蔵から酵母を採取して研究に取り組み、平成6年には岩手初の吟醸用酵母が誕生。県内の各蔵が共通利用できる上質酵母の開発は、岩手の酒の品質向上をバックアップし、県産品で良

いものをつくろうという県全体の試みといえます。

しかし、当時から酒米や酵母の開発にかかわる岩手県工業技術センターの中山繁喜上席専門研究員は、「時代によって好まれる味も変わってきます。だから、酒米や酵母の開発研究は永遠のテーマです」と話します。中山研究員によれば、毎年米の出来具合によって酒づくりも変わってくるとのこと。天候や地域、栽培方法などによって、粒の大きさやたんぱく質などの成分も違うため、同センターでは、毎年、収穫した米の分析を行い、酒蔵を訪れ杜氏や蔵元へのデータ提供などを行っています。また、新しい品種の米が出ればそれにあつた酵母づくりが必要となり、酒づくりに関しては、消費者ニーズにともなう研究は

留まるところがありません。ここ数年は、「酸の少ないお酒が好まれる」のだから。それを踏まえて改良を重ねた結果、今年6月、新たに2つの酵母が完成しています。

農商工を結ぶ工業技術センター

このように、伝統的な食の代表といえる酒づくりの現場でも、さらにその価値を高めるうえで、新しい技術や研究は不可欠な存在のようです。中山研究員は、企業の技術センター活用について、次のように勧めます。

「食品に関していえば、新商品開発にもなうデータ分析や試作、技術指導、安全性に関する調査や新しい情報提供、講習会など、その関わりは多岐に渡っています。市場に出た商品の検証までケアすることもありますし、その時々状況に応じた支

援をしています。センター内の企画デザイン部には工業デザイナーが3人おり、商品化のサポートも可能です。センター内の横の連携も十分に活用してほしいと思います」。

まずは、地酒で地産地消を

地域活性化のキーワードである、農商工連携や地産地消、地域ブランドなどの取り組み。地酒づくりは、その代表的な一例といえます。村井社長は「一つのものづくりに関わる生産者、工場、販売者などがお互いに学びあい、価値を高めあい、共有できる目標があつてこそ、真に連携できる」と現場からの思いを話します。さらに「地産地消は、もつと地元の人みんなに意識してほしい。そして地元のものに誇りや愛着を持つてほしい」とも。

岩手の大地でとれた米、地元の名水でつくった盛岡の地酒の深い味わいを、この冬楽しんでみませんか。豊かな自然から頂いた恵みの大きさを感じながら、

取材／SANS A企画編集委員会



センター内には杜氏もあり、試験的な仕込みも行います。



酵母菌の培養実験の様子